

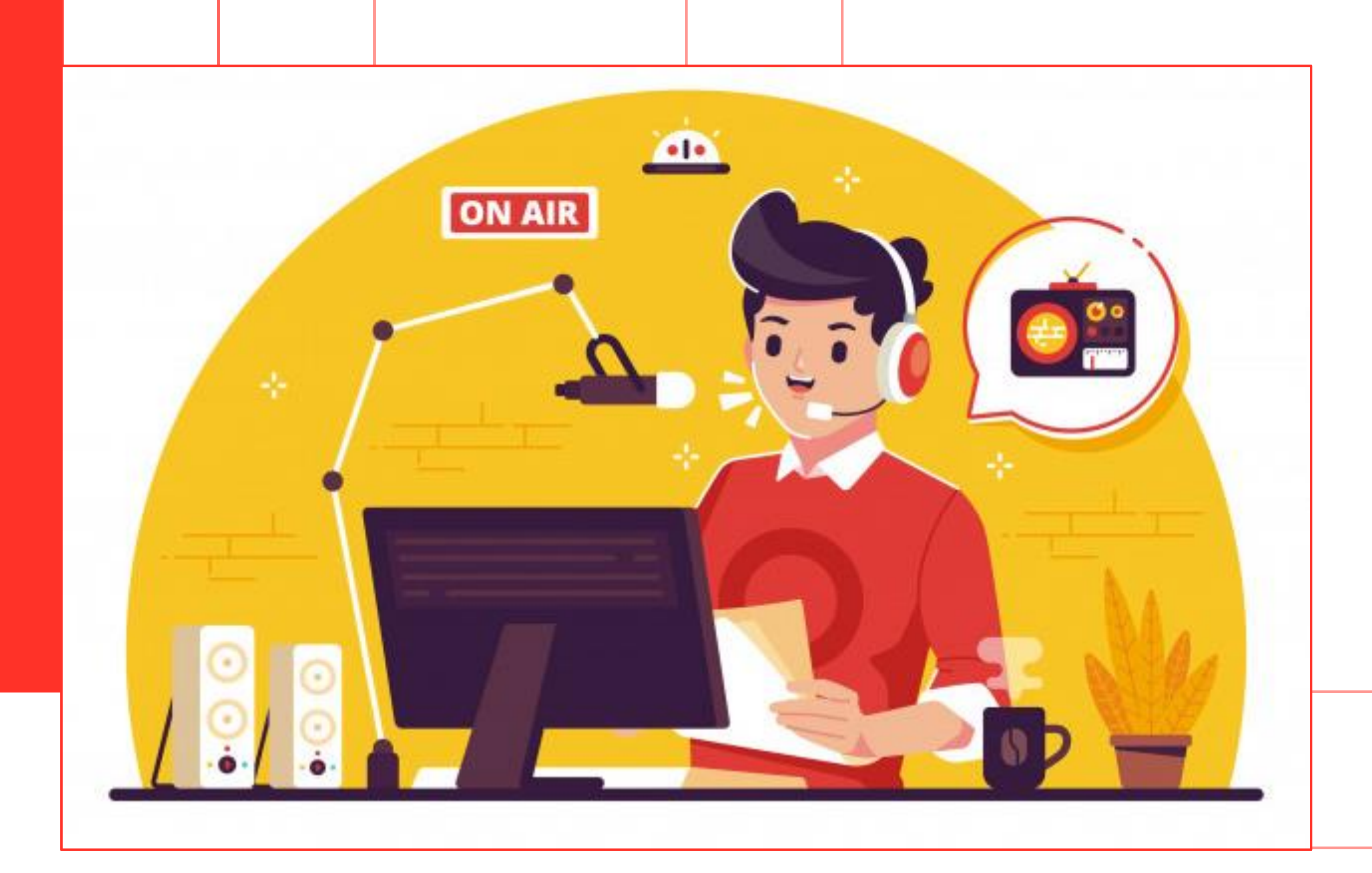
Introducción al medio radiofónico

Ve más allá



01

Introducción al medio



1. La radio es…

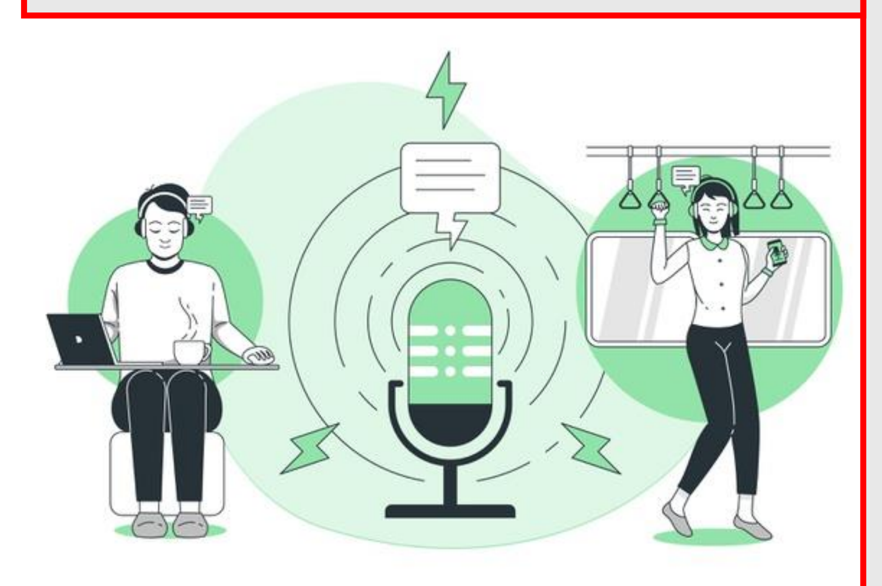
La Radio es en esencia, un servicio público, y como tal, ha de ser objetiva, veraz e imparcial en sus informaciones; debe separar información de opinión, identificando a quienes utilizan su libertad de expresión.

La antigua "Tradición Oral" de nuestros antepasados, modificada tecnológicamente para poder llega a más gente al mismo tiempo.

Su audición ha pasado de ser un acto colectivo a un acto solitario.

Produce repercusiones en el estado anímico de los oyentes al crear y evocar espacios íntimos en él, provocando una atmósfera de confidencialidad difícilmente repetible. Se trata de un espacio mental, sentimental, acústico, imaginativo, convivencial, psicológico e intenso que a veces idealiza el mensaje mediante la connotación en vez de la denotación.

Su mensaje, fugaz e irreversible, es decir, que no permite volver sobre lo emitido, ha dejado de serlo.





1. La radio es…

La Radio es cómoda, manejable y universal (todo el mundo puede acceder a ella).

Se ha convertido en la gran narradora de crisis, sucesos y eventos deportivos, además de sus espacios informativos, musicales y de entretenimiento que tan profundamente han calado en nuestra sociedad.

Una revolución tecnológica continua que supedita la forma y modos de trabajo de sus profesionales, impulsado todo ello por una programación mercantil que intenta vaciarla de contenidos en aras de unos mayores ingresos publicitarios.



Por ello sus profesionales han de ser auténticos comunicadores, personas que en todo momento sean capaces de crear el ambiente y el ritmo expositivo que cada programa y cada situación requiera, intentando que el mensaje sea recibido por su destinatario con la mayor claridad posible.



1. La radio es…

Y todo ello con la mayor fidelidad posible en los sonidos percibidos, con una combinación inteligible de los signos empleados, una escasa densidad de contenidos y una referencia permanente al tema que no haga perder la idea central que se quiere comunicar.

POR TODO ELLO

LA RADIO ES



1. La radio es…

Y todo ello con la mayor fidelidad posible en los sonidos percibidos, con una combinación inteligible de los signos empleados, una escasa densidad de contenidos y una referencia permanente al tema que no haga perder la idea central que se quiere comunicar.

POR TODO ELLO

LA RADIO ES



1. La radio es…

EL MEDIO DE COMUNICACIÓN DE MASAS BASADO EN EL SONIDO Y EN LA AUSENCIA DEL MISMO

Voz + Música + Silencio + Sonido ambiente + (Ruido)

QUE PRETENDE EMITIR MENSAJES DECODIFICABLES HACIA UNA MAYORÍA POTENCIAL DE RECEPTORES Y SABER QUE HAN LLEGADO A SU DESTINO

Qué digo + A quién se lo digo + Cómo se lo digo

BASADOS EN:

a) La veracidad, la objetividad y la pluralidad.

b) la sencillez, la concisión, la claridad, la reiteración y la concreción.

c) La proximidad, la cotidianeidad y la familiaridad con el oyente

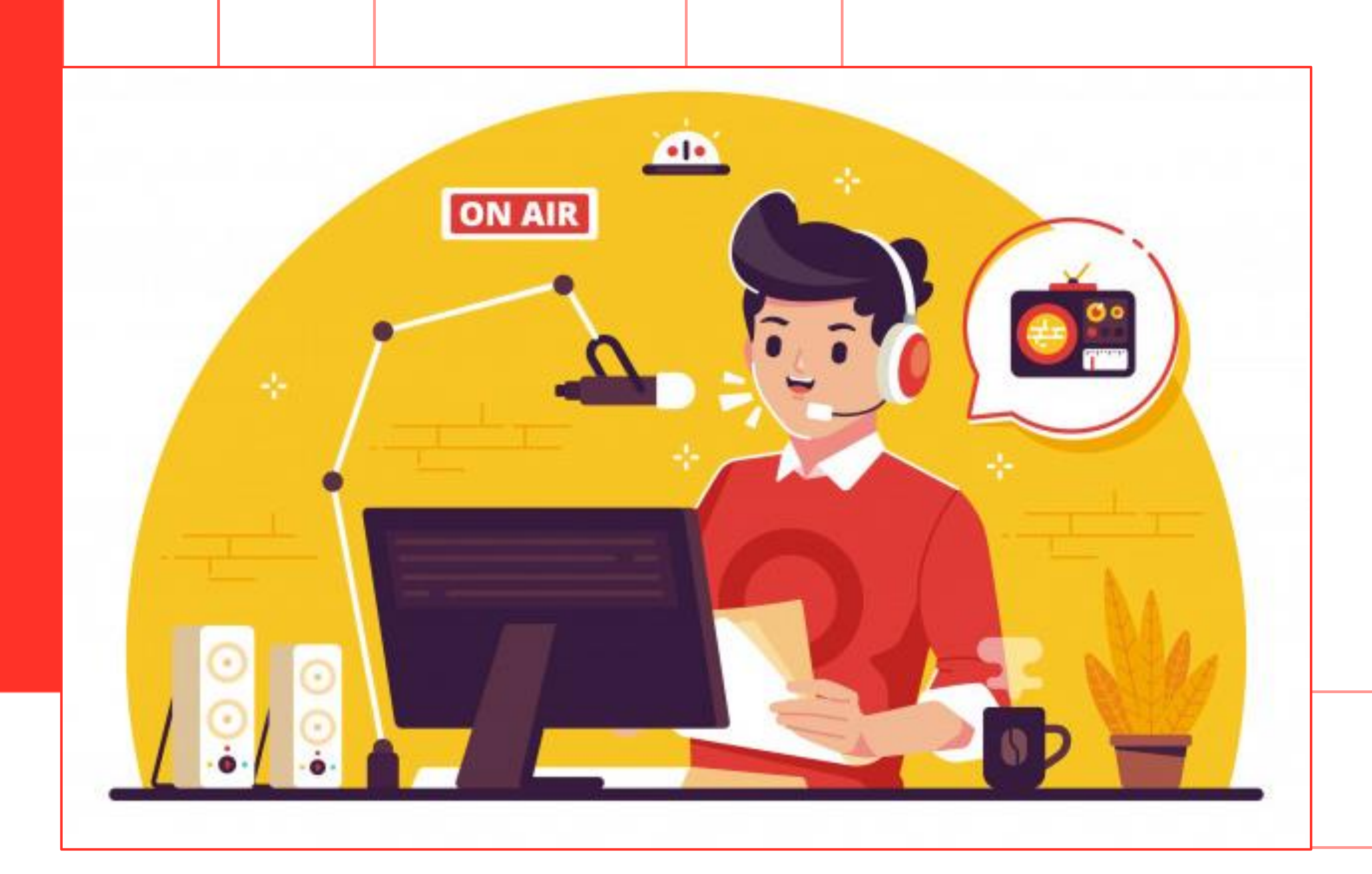


Universidad Europea



02

Características del medio



2. Características del medio

2.1. Imaginación.
. Creación de estados de ánimo en el oyente.
2.2. Información.
. Objetiva, veraz e imparcial.
. Información / opinión
. Respeto a las libertades propias y ajenas.
2.3. Proximidad.
. Cotidiana, cercana; permite el diálogo con el oyente.
2.4. Fugacidad.
. Inmediata.
. Clara, sencilla, directa, concisa y reiterativa: decodificable a la primera audición por se un medio de reflexión dificultosa.

2.5. Entretenimiento.

2.6. Formación.

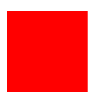
2.7. Comodidad.
. Ni aprendizaje, ni energía.

2.8. Manejabilidad, sencillez.

2.9. Movilidad.

2.10. Universalidad.





2. Características del estilo

3.1. Directo.

3.2. Claro.

3.3. Sencillo.

3.4. Conciso

. Mínima complejidad temática.

3.5. Reiterativo.

3.6. Aclarativo.

3.7. Evitar los lenguajes científico-técnicos, vulgares y de jerga

. Importancia del Libro de Estilo.





Universidad Europea

Ve más allá